

د. بلعزوز بن علي
جامعة شلف

عبو هودة
جامعة شلف

مداخلة بعنوان:

التجارة الإلكترونية عبر الانترنيت

الملخص:

في هذا العصر الرقمي الذي تنتشر فيه الانترنت انتشاراً هائلاً، شاع مفهوم التجارة الإلكترونية التي تتيح العديد من المزايا، فبالنسبة لرجال الأعمال، أصبح من الممكن تجنب مشقة السفر للقاء شركائهم وعملائهم، وأصبح بمقدورهم الحد من الوقت والمال للترويج لبضائعهم وعرضها في الأسواق. أما بالنسبة للزبائن فليس عليهم التنقل كثيراً للحصول على ما يريدونه، أو الوقوف في طابور طويل، أو حتى استخدام النقود التقليدية، إذ يكفي اقتناء جهاز كمبيوتر، وبرنامج مستعرض للانترنت، واشتراك بالانترنت.

ولا تقتصر التجارة الإلكترونية على عمليات بيع وشراء السِلَع والخدمات عبر الإنترنت، إذ إن التجارة الإلكترونية- منذ انطلاقتها- كانت تتضمَّن دائما معالجة حركات البيع والشراء وإرسال التحويلات المالية عبر شبكة الإنترنت، ولكن التجارة الإلكترونية في حقيقة الأمر تنطوي على ما هو أكثر من ذلك بكثير، فقد توسَّعت حتى أصبحت تشمل عمليات بيع وشراء المعلومات نفسها جنبا إلى جنب مع السِلَع والخدمات، ولا تقف التجارة الإلكترونية عند هذا الحد، إذ أنها أصبحت تفتح آفاق كبيرة أمام الشركات والمؤسسات والأفراد والحكومات.

ولمعالجة هذه الإشكالية فقد تم اعتماد المحاور التالية:

المحور الأول: مفهوم التجارة الالكترونية و أشكالها

المحور الثاني: ماهية الانترنيت وخدماتها

المحور الثالث: دور الانترنيت في التجارة الإلكترونية

Abstract:

In this digital age, which spread the Internet has expanded dramatically, popularized the concept of electronic commerce, which offer many advantages, for a business, it became possible to avoid the inconvenience of travel to meet with their partners and their customers, and became able to reduce the time and money to promote their goods and display it in the market. As for customers not they move a lot to get what they want, or stand in a long line, or even the use of traditional money, it was sufficient to acquire a computer, Internet browser program, and the involvement of the Internet.

Not limited to electronic commerce on the sale and purchase of goods and services via the Internet, as electronic commerce - since its inception - was always include processing sales transactions and purchase and send remittances via the Internet, but e-commerce, in fact, there is something much more than that, has expanded to become operations include the sale and purchase of the same information along with the goods and services, do not stop e-commerce at this point, as it became open great prospects for companies, institutions and individuals and governments.

To address this problem has been the adoption of the following themes:

The first axis: the concept of electronic commerce and its forms

The second axis: the nature of the Internet and its services

The third axis: the role of the Internet in e-commerce

المحور الأول: مفهوم التجارة الالكترونية و أشكالها

أولا: تعريف التجارة الالكترونية:

يعود ظهور النشاط التجاري الالكتروني إلى الستينات من القرن العشرين وكانت تعرف باسم التبادل الالكتروني واقتصرت في البداية على تبادل بيانات البيع والشراء بين بعض المؤسسات الكبيرة على الشبكات الالكترونية خاصة، أما المصارف فقد استعملت ما يعرف بنظام تحويل الأموال الالكترونية بهدف تحسين خدماتها المالية وفي أواخر القرن العشرين عوضت الانترنت شيئا فشيئا نظام تبادل الالكتروني للبيانات المستعلمة من طرف المؤسسة[1] ،ثم تطورت التجارة الالكترونية إلى أن وصلت إلى ما هي عليه.

هناك عدة تعار يف للتجارة الالكترونية، وإن تنوعت فهي تصب في مضمون واحد، وهو استخدام تكنولوجيا الاتصال والإعلام في التجارة ونذكر منها:

- التجارة الالكترونية هي تنفيذ كل ما يتصل بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت، والشبكات التجارية العالمية الأخرى، سواء تعلق الأمر بالإعلان أو عقد الصفقة أو سداد الالتزامات المالية[2] .
- كما أنها هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات ،من خلال الشبكات الحاسوبية المفتوحة كالانترنت[3].
- تعرف التجارة الالكترونية أيضا على أنها: هي إجراء العمليات التجارية بمختلف أشكالها بين المتعاملين الاقتصاديين عن طريق تقنية الاتصال الحديثة المتمثلة في الانترنت بما يتضمن الفعالية والسرعة في الأداء[4] .

 تعرف التجارة الالكترونية أيضا بأنها هي التجارة التي تتم بين المتعاملين فيما بينهم من خلال استخدام أجهزة ووسائل الكترونية مثل الانترنت وغيرها[5]أو الشبكات الالكترونية الخاصة.

من خلال ما سبق يمكن صياغة تعريف شامل للتجارة الالكترونية فهي شكل متطور للتجارة تتميز باستخدام تكنولوجيات الاتصال والإعلام (شبكات وسائل الالكترونية..)، من أجل تحقيق و إبرام الصفقات، سواء من خلال الشبكات العالمية والتي أبرزها شبكة الانترنت.

---

(1) - رأفت رضوان، **عالم التجارة الالكترونية**، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999 ، ص16.

(2) – نفس المرجع، ص 18.

(3) - نعمان العياش ، **التجارة الكترونيا :أداة للمنافسة في الأسواق العالمية** ، صندوق النقد العربي ،القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية ،سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل ،العدد الخامس ،من 4الى 7 أكتوبر 1999، ابوظبي ، ص97.

(4) – http://ar.wikipedia.org/wiki /.

(5)- يونس عرب، التجارة الالكترونية، الموقع: www.arablaw.org/download/e-commmers

ثانيا: أشكال التجارة الالكترونية

تأخذ التجارة الالكترونية ثلاث أشكال مهمة وهي:

أ- بين المؤسسة والمؤسسة:(Business to Business) ويرمز لها بالرمز **(B to B)** وتشير إلى العمليات البيع والشراء التي تجري بين الشركات عبر شبكة الانترنت أو عبر الشبكات الاتصال الأخرى ،بالإضافة إلى عمليات التحويل الالكتروني للمعلومات وإجراء الصفقات الالكترونية وإجراء مختلف التحويلات المالية إلكترونيا، فتتيح التجارة الالكترونية التحكم في عمليات التسويق وتفتح أسواق جديدة.

ب- التجارة الالكترونية بين المؤسسة والمستهلك : (Business to consumer) ويرمز لها بالرمز(B to B) وذلك من خلال العروض المختلفة التي تقدمها المؤسسة للمستهلكين من ما يسمى بمراكز التسويق على الانترنت حيث تعرض كل أنواع السلع والخدمات ويتم أيضا الدفع من خلال الشبكة أما الاستلام فحسب طبيعة السلعة و صيغة الاتفاق[6].

وتطرح التطبيقات لنموذج (B to B) عدة تقنيات وهي:

- **التسويق الالكتروني**: يشير التسويق الالكتروني إلى تطبيق نظرية التسويق باستخدام إمكانيات الانترنت لتقديم المنتجات أو الخدمات إلى السوق المستهدفة، وتبقى أسس التسويق نفسها[7]، لكن الانترنت توفر قنوات تزويد جديدة تصل إلى تشكلة واسعة من الزبائن.
- **البيع الالكتروني:** يشير البيع الالكتروني إلى شراء من متاجر التجارة الالكترونية الآنية على الويب، وتعرف بالمحلات الافتراضية،وقد أدى البيع الالكتروني إلى تطوير أدوات برمجية لتجارة الالكترونية مهمتها إنشاء الفهارس الآنية وإدارة الأعمال التجارية الالكترونية[8].

بالإضافة إلى المصرف الالكتروني من خلال ما يقدمه من خدمات الدفع الالكتروني وتأمين العمليات المالية بأقل تكلفة واكبر فعالية.

ج- بين المؤسسة والإدارة (Business to Administrations): أو ما يرمز لها بالرمز (B to B) وتشمل جميع التحويلات والتعاملات التي تتم بين المؤسسات والهيئات الإدارة العامة، من خلال ما يعرف بالحكومة الالكترونية، حيث تسعى الحكومة إلى استخدام وسائل التي أنتجتها التكنولوجيا المتقدمة في تقديم الخدمات الحكومية إلى قطاع المؤسسات، كما يستفيد قطاع المؤسسات من استخدام للتجارة الالكترونية في تعامله مع الإدارة العمومية.

د/ التجارة الالكترونية بين المستهلكين والإدارة: (Administration to customets) والتي يرمز إليها بالرمز **(A to C)** حيث يمكن هذا الشكل من التجارة الالكترونية الإدارة من تقديم الخدمة الواجب أدائها للمستهلكين ويستفيد المستهلكين من السهولة والسرعة عند تلقي الخدمة المقدمة من الإدارة ،وبدأ هذا الشكل من التجارة الالكترونية يتطور مع ظهور الحكومات الالكترونية وظهور ما يسمى بمجتمع المعلوماتية.

---

(6) - FRANCIS Merlin, **B2B stratégie de communication, Paris, deuxième triage**, éditions D'orgonisation 2001, P25.
(7) -BAIRE Beeds et Jean-Christophe finidori, **Marketing direct sur Internet,** Paris, international Thomson publishing 2001, P18 .
(8) -Ibid. P 19

ثالثا: مجالات التجارة الالكترونية: قبل التطرق إلى مجالات التجارة، نحاول إبراز مراحل تنفيذ التجارة الالكترونية والتي تمر بثلاث مراحل أساسية على النحو التالي(9):

ا- **مرحلة الإعلان والبحث** : من خلال التعرف على البضاعة المطلوب شراؤها والتفاعل بين المنتج والمستهلك أو البائع والمشتري.

ب- **مرحلة طلب الشراء والدفع:** وذلك بعد الاتفاق على صيغة وعملية الشراء.

جـ - **مرحلة التسليم:** ترتبط بنوع البضاعة، فقد يتم استلام البضاعة الكترونيا أو عن طريق صيغة أخرى لابد من الاتفاق عنها.

أما مجالات استخدام التجارة الالكترونية فهي تستخدم في كل القطاعات الخاصة والعامة، الكبيرة والصغيرة ويمكن حصر كل ذلك في القطاعات:

- **في قطاع المؤسسات المتوسطة والصغيرة**:من خلال البيع بالتجزئة مثل تجارة الكتب والمجالات، ويتم الدفع بطريقة إلكترونيا، أما الاستلام فيكون عن بعد أو من خلال مؤسسات النشر(10).
- **قطاع المصارف والتمويل**: من خلال تقديم الخدمات المصرفية والمالية الالكترونية والتي أدت إلى ظهور المصارف الالكترونية، والأسواق الالكترونية المالية، ولعل ابسط هذه الخدمات منها، كشف الحساب وبطاقة القرض، ومتابعة أسعار البورصة والاستثمار عن بعد.
- **قطاع الهندسة**:من خلال الاشتراك في تصميم منتج جديد بدون التواجد في المكان نفسه، من خلال مجموعة عمل.

بالإضافة إلى قطاع الحكومات من خلال الحكومة الالكترونية وقطاعات أخرى.

رابعا: مزايا وعيوب التجارة الالكترونية :

تطرح التجارة الالكترونية عدة مزايا وعيوب، وذلك على كل المستويات:

أ- **مزايا التجارة الالكترونية:** يمكن إبراز عدة مزايا للتجارة الالكترونية وهي:

- التجارة الالكترونية أداة زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات، فهي توفير أدوات و وسائل أخرى لترويج وتسويق المنتجات مما يمكن أن يحقق زيادة في الصادرات وذلك من خلال الوصول السهل إلى مراكز الاستهلاك الرئيسية وإمكانية تسويق السلع والخدمات عالميا وبتكلفة محدودة(11).
- التجارة الالكترونية تعتبر أداة فعالة لتنشيط المشروعات الصغيرة والمتوسطة، والتي تعتبر محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية.

---

(9) - مركز التجارة الدولية، **دليل دوائر الأعمال إلى النظام التجاري العالمي**، المملكة المتحدة: الطبعة الثانية، 1999 ، ص305.

(10) - مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ،**تقرير التجارة الالكترونية** لعام 2004 ، استعراض عام : ،منشورات الأمم المتحدة ،نيويورك 2004،ص06.

(11) - Christime Bitouzet , **le commerce électronique** , Paris 1999 , hermesscienece publication ,pP 96-98

- مكنت التجارة الالكترونية الأفراد عدة فوائد وتسهيلات نذكر منها:

- توفير الوقت والجهد من خلال التسوق عبر الأسواق الالكترونية بشكل دائم، ولا يحتاج الزبائن إلى السفر والتنقل أو الانتظار؛
- توفير حرية الاختيار بين المحلات والمنتجات؛
- خفض الأسعار السلع والخدمات، فالمؤسسة من خلال تسويق منتجاتها عبر الانترنت ويساهم في تخفيض تكلفة أو سعر المنتوج بالإضافة إلى دخول المؤسسة المنافسة القوية؛

ب- عيوب التجارة الالكترونية :

بالرغم من المزايا التي توفرها التجارة الالكترونية في مختلف المستويات، لها عيوب و انعكاسات هامة، يمكن الإشارة إليها من خلال العناصر التالية:

- مخاطر القرصنة: فدخول القراصنة إلى مواقع الشركات سواء يتم تخربها أو إلصاق الفيروسات بهذه المواقع قد يشكل خطر على التعاملات الالكترونية، فضلا عن مخاطر السمعة؛
- زيادة التكلفة بالنسبة للمؤسسة: من خلال عمليات الصيانة و التجديد وتكوين الإطارات المتخصصة؛
- فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يجدها المستهلك في ممارسة عملية التسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بين البائع والمشتري؛
- تورط البعض بالاندفاع نحو شراء سلع قد لا يحتاج إليها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان؛
- المنافسة التي تواجهها المؤسسات، فأصبحت المؤسسة من خلال تواجدها على شبكة الانترنت التي تفتح السوق العالمي على أبوابه، وبالتالي دخول المؤسسة للتعامل فيه بكل مخاطره وامتيازاته؛

المحور الثاني: ماهية الانترنيت وخدماتها

أولا : نشأة وتعريف شبكة الانترنت

1- نشأة الانترنت: تشير الانترنت إلى شبكة كبيرة تربط بين عدد كبير من الحسابات المنتشرة في جميع أنحاء العالم من خلال مختلف وسائل الاتصال مثل خطوط الهاتف والأقمار الصناعية . وترجع نشأة الانترنت إلى أواخر الستينات من القرن العشرين عندما قامت الولايات المتحدة الأمريكية، بتأسيس وكالة المشروعات البحثية المتقدمة (Advanced Research projects agency) أو (ARPA) لتقوم هذه الوكالة عام 1969 بتأسيس شبكة جديدة يمكن من خلالها تجزئة البيانات إلى حزم يتم إرسالها وتبادلها بين الحسابات المتصلة بالشبكة ؛وقد سميت هذه الشبكة (ARPANET) وخصصت لتناول المعلومات المرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية وكانت بمثابة أول خطوة تطوير شبكة الانترنت[12] ،وفي عام 1973 تم تطوير بروتوكول يسمى(ICP/IP) للسماح للشبكات المختلفة بالاتصال فيما بينها وهو البروتوكول

---

[12]- محمد صالح الحناوي، نهال فريدة مصطفى، جلال إبراهيم العبد ، **الاستثمار في الأسهم والسندات**، الإسكندرية، 2004/2003، ص 360.

مازالت تعمل به شبكة الانترنت حتى الآن، وفي سنة 1984 تم تقسيم شبكة (Arpanet) إلى شبكتين الأولى خصصت للأغراض العسكرية وتسمى (Milnet) والثانية بنفس الاسم وخصصت للأغراض المدينة[13].

إذا بدأت شبكة الانترنت ونشأت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم تطورت لعدة شبكات أكاديمية وحكومية حتى عام 1990 ،عندما أصبح من الممكن الوصول إليها بواسطة أي شخص يملك جهاز الحاسوب ومودم وهاتف وله اشتراك عند مزود خدمة الانترنت حيث أصبحت شبكة لا يمكن حصر عدد الأجهزة المتصلة بها أو عدد مستخدميها وتقدم شبكة الانترنت مجموعة متنوعة من الخدمات التي تشمل البريد الالكتروني والمجموعات الإخبارية ونقل الملفات (Ftp file transite) وخدمات الدردشة، بالإضافة إلى شبكة الويب العالمية (wide web World) وهي شبكة ظهرت وتطورت في معهد سيرن لفيزياء الجسيمات في جنيف على يد احد العلماء الانجليزي (لي بيرنرزلي- T.Berners.Lee) وذلك عام 1989 [14].وقد تحولت هذه الشبكة إلى ظاهرة عالمية وأصبحت الأداة الرئيسية التي توفر خدمات الشبكة لجميع مستخدمها واعتمدت شبكة 'ويب" على عرض صفحات تحتوي على نصوص وصور و تقديم معلومات يمكن الوصول إليها من خلال برامج استعراض مثل: برنامج (Netscape) وبرنامج (Explorer) وهذه البرامج هي التي تمكن من الاتصال بالصفحة الرئيسية (Home page) للعنوان محل الاهتمام.

2- تعريف الانترنت: من خلال تتبع نشأة الانترنت يمكن تعريفها على النحو التالي:

- الانترنت هي شبكة اتصالات عالمية أمريكية الأصل وهي تمثل اكبر شبكة للاتصالات العالمية في وقتنا الحالي ،فهي مجموعة من الحواسيب مرتبطة ببعضها البعض بواسطة هذه الشبكة وحتى يتسنى لنا الوصول للإحاطة بتعريف شامل للانترنت ينبغي علينا معرفة معنى الشبكة في الإعلام الآلي، أي ماهية الشبكة، فالشبكة حسب المصطلح المعلوماتية المتفق عليه هي مجموعة من الحواسيب والأجهزة التابعة لها المتصلة في بينها، من جانب آخر مصطلح الشبكة يعني اشتراك مؤسستين أو أكثر من المؤسسات في وضع نظام يتبع للأطراف الأعضاء في شبكة المشاركة في المصادر والخدمات يمكن التميز بين نوعين من الشبكة الحواسيب بحسب النطاق الجغرافي[15]:

- الشبكة العريضة (Wide Areanet Worde-WAW) وهي التي يتم إنشاؤها داخل الحواسيب.

ويحتاج إنشاء الشبكة عدة عناصر هامة منها[16]:

- الحواسيب والروابط والتي تتمثل في خطوط هاتفية وخطوط التوصيل ؛
- أجهزة المستفيد وأجهزة الخدمة؛
- المكونات البرمجية: مثل الاتصال المشتركة (ICP/IP)؛

---

(13) نفس المرجع، ص 361.

(14) - طارق عبد العال، **التجارة الالكترونية،** الإسكندرية، 2004/2003، ص40.

(15) -JOE KRAYNAK ET HABRAKEN, **Internet bibliomax,** Paris1998, étions mac-pc, P 7.

(16) - عبد الملك ردمان الدناني، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت** ،بيروت:دار الراتب الجامعية، 2001،ص30،29.

- مسيري الشبكة من تقنيون ومهندسون؛
- منتجو الخدمات وهم الأشخاص من مختلف المنظمات التجارية يوفرون الخدمات عبر الشبكة؛
- مستعملو الخدمات: وهو الأشخاص الذين يستفيدون من الخدمات المعروضة؛

ثانيا : خدمات شبكة الانترنت:

تعرض شبكة الانترنت عدد واسع من الخدمات لمستعمليها وقبل التعرض لهذه الخدمات سنقوم بإعطاء فكرة حول النظام الذي يسمح باستعمال والاستفادة من هذه الخدمات وهذا النظام يعرف باسم نظام (عامل/خادم) أي (Client/Server) ويعمل هذا النظام باستخدام برنامجين منفصلين يعمل كل واحد منها على حاسب منفصل ، عادة الأول يسمى الخادم (Server) والثاني العميل (Client) [17] ، فإذا فرضنا مثلا: إن استخدام برنامج تنسيق ،علما أننا على الحاسب الشخصي وإننا نريد تصحيح ملف معين مخزن في حاسوب آخر موجود في الشبكة ،فإن برنامج الحاسب الشخصي الأول سوف يمر رسالة إلى الحاسب الآخر ، يطلب منه إرسال الملف المطلوب، ففي هذه الحالة يكون برنامج التنسيق الخاص بالحاسوب الأول هو العميل بينما البرنامج الذي استقبل الرسالة وأرسل الرد هو الخادم وبعبارة أخرى أدق فإنه يسمى خادم الملفات.

أما عن الخدمات فيمكن حصرها فيما يلي:

1- خدمات البريد الالكتروني : يعتبر البريد الالكتروني أكثر خدمات الانترنت، فيكمن لأي مستخدم للانترنت إرسال واستقبال خطابات الالكترونية من و إلى شخص متصل بالانترنت وليس المقصود بالخطابات هنا الخطابات الشخصية فقط ولكن أي شيء آخر تكونه في ملف أو نص ويشمل ذلك الإعلانات المجالات الالكترونية ...إلخ[18].

2- الدردشة عن بعد: هذه الخدمة تفتح خط اتصال لحضور اجتماعات ومؤتمرات وخلال (24) ساعة حيث تدخل الانترنت الناس من أي مكان في العالم في محادثات متعددة ومتنوعة دون الالتقاء وعن بعد.

3- خدمة نظام (FTP) : من أهم خدمات الانترنت وأوسعها انتشارا ما يسمى بنظام (FTP) بحيث تسمح هذه الخدمة بنسخ الملفات من الحواسيب المتصلة بشبكة الانترنت وهذه الملفات المنسوخة تحتوي على أي نوع من المعلومات التي يمكن تخزينها في الحاسب كالمجالات الالكترونية والأخبار والكتب.

4- إتاحة شبكة المعلومات العالمية (WWW) : وهو نظام يسمح بالبحث على كميات ضخمة من المعلومات بطريقة سريعة ويعتمد على ما يسمى بالهيبرتكست في الوصول إلى المعلومات والمقصود بالهيبرتكست (Hypertexte) هو النص (Text) المرتبط بيانات أخرى بمعنى إن ضرب الفأرة فوق كلمات معينة يؤدي إلى الانتقال إلى شاشات جديدة محتوية على معلومات جديدة ، ويمكن المؤسسات والأفراد وحتى الحكومات الاستفادة من هذه الخدمة الكبيرة والمهمة.

---

(17) - محمد فهمي طلبه، **الأنترنت طريقة المعلومات السريعة**، القاهرة: مطابع المكتب الحديثة 2000، ص25.

(18) – المرجع السابق الذكر، ص46.

المحور الثالث: دور الانترنيت في التجارة الإلكترونية

لقد ساهم انتشار شبكة الانترنت في العالم، إلى تطور التجارة الالكترونية، فخرجت التجارة الالكترونية من إطارها الوطني إلى الدولي، وأصبحت القطاعات الاقتصادية الممارسة لها تقوم بتسويق منتجاتها وإبرام صفقاتها عبر العالم من خلال شبكة الانترنت، وسنبرز ذلك من خلال العناصر التالية :

أولا : سمات التجارة الالكترونية عبر الانترنت

تتسم التجارة الالكترونية المعتمدة على شبكة الانترنت بعدة سمات وهي :

- عدم وجود علاقة مباشرة بين طرفي العملية التجارية حيث يتم التلاقي بينهما من خلال شبكة الانترنت وبالرغم من أن هذا النموذج ليس جديدا حيث شهدت التجارة الاستخدام المكثف لوسائل الاتصال (تليفزيون، فاكس، مراسلات..) ،إلا أن ما يميز هذا الأسلوب هو وجود درجة عالية من التفاعلية و بغض النظر عن وجود طرفي التفاعل في الوقت نفسه على الشبكة إلكترونيا .
- التفاعل المتوازي أو بمعنى آخر إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه حيث يستطيع احد أطراف المعاملة إرسال رسالة الكترونية إلى عدد غير معروف من المستعملين في النفس الوقت ودون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة[19] ، حيث توفر شبكة الانترنت إمكانية هائلة لتفاعل الجماعي فمن خلالها يمكن عقد ملتقيات وندوات بين المشتركين دون أن يعرف بعضهم البعض.
- توفر التجارة الالكترونية عبر الانترنت، إمكانية تسليم السلع غير مادية ودفع مستحقاتها عبر الانترنت باستخدام مختلف وسائل الدفع الالكترونية المتاحة .
- إمكانية الاستفادة من مزايا التبادل الالكتروني والوثائق بأقل تكلفة وأعلى كفاءة.

ثانيا: إطار بنيوي للتجارة الالكترونية عبر الانترنت

قبل إعداد إطار عمل لبناء موقع للتجارة الالكترونية ينبغي تفحص النظام القانوني في البلد المضيف للشركة صاحبة الموقع ، لأنه قد يفرض قيودا على أنشطة تجارية معينة أو على أساليب إجراء أعمال التجارة الالكترونية وفي محاولة لتعزيز الممارسات المثالية للتجارة الالكترونية ينبغي مراعاة القضايا القانونية الرئيسية التالية[20]:

- قانون عدم الاحتكار؛
- تنظيم الحماية والخصوصية؛
- حماية حقوق الملكية الفكرية؛
- حماية المستهلك؛
- قانون الوكالة؛
- القانون الجنائي؛

---

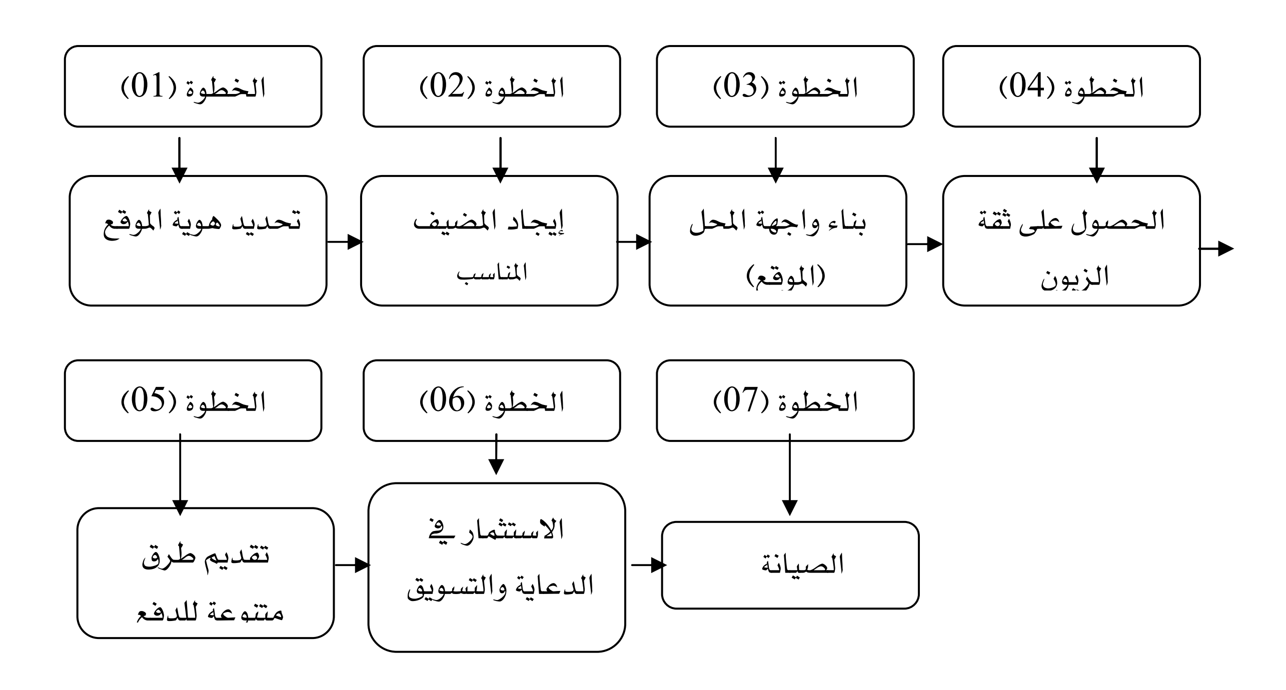
(19) - رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص17.

(20) - الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا ، بناء القدرات في تطبيقات مختارة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى الأعضاء في الأسكوا، الجزء الأول، **الحكومة الالكترونية والتجارة الالكترونية** ، نيويورك 2000، ص1.

- حرية الإعلام والصحافة؛
- نظام الضرائب؛

عند الأخذ بالنقاط السابقة، يمكن وضع إطار عملي لبناء مقر للتجارة الالكترونية والذي يستهدف الممارسات المثالية في نشر مواقع آمنة للتجارة الالكترونية متاحة وقابلة ، ويبين الشكل (01) خطوات بناء موقع للتجارة الالكترونية.

الشكل رقم(01) : خطوات إنشاء موقع للتجارة الالكترونية



المصدر: الأمم المتحدة، مرجع سبق ذكره، ص61

وفيما يلي شرح لكل خطوة من الخطوات المبينة في الشكل السابق على النحو التالي :

1- **تحديد هوية الموقع**: من أجل تطوير موقع التجارة الالكترونية وإعلام الزبائن بوجوده من المهم تحديد هوية الموقع وعنوانه على الانترنت منذ المرحلة الأولى.

2- **إيجاد المضيف المناسب**: من الأشياء الجوهرية تحديد المضيف الجيد، ففي بعض الحالات يمكن شراء وإنشاء موقع مستقل تماما إذا كان بالإمكان تحمل النفقات المادية، وأفضل المترشحين للاستضافة الموقع هم عادة مزود خدمات الانترنت .

3- **بناء واجهة المحل(الموقع)**: من المهم أن يترك موقع التجارة الالكترونية انطباعا جيدا لدى الزبون فواجهة الموقع ينبغي أن تتناسب مع الأهداف التسويقية للشركة و تحتوى ما أمكن من الروابط الجديدة وهيكل الموقع ينبغي أن يكون سهل التصفح ومدة التحميل تكون فيه قصيرة المدة.

4- **الحصول على ثقة الزبون والمحافظة عليها** : الأمن والديمومة قضيتان أساسيتان للحصول على ثقة الزبون في إجراء عملية الشراء على الشبكة فمن الأهمية بمكان التعاقد مع شركة جيدة لإدارة سلسلة التزويد أو على الأقل شركة يمكنها أن تتولى إدارة كل الطلبات الزبون بطريقة جيدة، وفي الوقت المناسب[21].

5- **تقديم طرق متنوعة للدفع:** ومن المهم تزويد الزبون بطرق دفع متنوعة،كبطاقات الائتمان وبطاقات الشراء و الشيكات الالكترونية ومن أجل الإطلاع على المكونات الرئيسية لمعالجة عمليات الدفع [22].

6- **الاستثمار في الدعاية والتسويق:** لنجاح موقع التجارة الالكترونية لابد من التسويق المناسب لخلق الوعي ولزيادة المبيعات والأنشطة التسويقية وهي : الإعلان وتعزيز اسم النطاق ..

7- **المحافظة والصيانة** : القضية الرئيسية للأداء تتعلق بتخطيط مقدرة الموقع، والعمل المستمر للمحافظة عليه وإيجاد الأداء الأمثل .

ثالثا: الاستثمار عبر الانترنت: لقد تأثرت الأسواق المالية، الدولية منها والمحلية بالتجارة الالكترونية كبقية الهيئات الأخرى ؛وظهرت أساليب جديدة للاستثمار في الأسواق المالية ومنها ما يسمى بالاستثمار عن بعد، وسنشرح ذلك من خلال العناصر الآتية:

1- **المؤسسات المالية و الانترنت:** لقد وجدت مشروعات الأعمال في شبكة الانترنت وسيلة اتصال ذات طبيعة خاصة ساعدت على تدعيم علاقات الارتباط بين المشروع والعملاء، ويرجع ذلك إلى شبكة الانترنت التي تمثل بالنسبة للعميل وسيلة للحصول على المعلومات اللازمة عن الشركة وهي وسيلة للحصول على المعلومات اللازمة عن شركة وهي وسيلة تتوقف فعاليتها على اتجاه المستهلك نحو البحث عن موقع الشركة والذي يعتبر دليلا على الولاء الذي يجب تدعيمه من خلال الاهتمام بموقع الشركة[23] ،وأدى إلى ظهور المشروعات الالكترونية والأسواق المالية الالكترونية، فقد استطاعت المؤسسة عامة والمؤسسات الخاصة أن تصل بخدماتها المتنوعة إلى قطاع كبير من العملاء لم يكن الوصول يتحقق بمثل هذه التكلفة المنخفضة وبهذه السرعة الفائقة لولا انتشار الانترنت وسمح لها باستخدام تقنيات الدفع الالكترونية المختلفة.

وفرت شبكة الانترنت فرصة اتصال المؤسسات المالية بعضها البعض (B2B) حيث ربطت الاتصالات بين المصارف وشركات السمسرة وصناديق الاستثمار وبين هذه المؤسسات وقطاع الحكومة وحتى تستفيد المؤسسات من مزايا التي تحققها الانترنت، لابد من توفر الشروط التالية:

- إن وجود المعلومات على شبكة الانترنت يؤدي إلى شفافية الكاملة ،مما يساعد على قيام جميع الأطراف التي تتعامل في أسواق المالية بتقديم الخدمات المالية المقدمة بواسطة المؤسسات المالية المتنافسة ومقارنة ذلك من الجودة والأسعار لاختيار الأفضل؛

([21]) - الأمم المتحدة (الأسسكو)، مرجع سبق ذكره، ص63.

([22]) - المرجع السابق الذكر ، ص63.

([23]) - محمد صالح الحناوي، نهال فريدة مصطفى، جلال إبراهيم العبد، مرجع سبق ذكره، ص 362.

- إن وجود الانترنت أدى إلى زيادة حدة المنافسة بين المنشآت المختلفة وبالذات المنافسة السعرية كما دفع بالمؤسسات المالية نحو إتباع سياسة التمييز السعري للفئات المختلفة من المشترين؛
- في ظل وجود شبكة الانترنت تتناقص أهمية الدور الذي كانت تلعبه بعض الفئات مثل دور مندوب التأمين أو المحلل المالي حيث تتوافر المعلومات والتحليلات على الشبكة ويحدث التفاعل الفوري؛

2- خطط الاستثمار عبر الانترنت

يحتاج الاستثمار عبر الانترنت إلى خطة استثمارية مدروسة توضح طريقة توظيف الاستثمارات، لذلك فإن خطة الاستثمار عبر الانترنت لابد أن تشمل العناصر التالية[24]:

- تحديد الهدف من الاستثمار وبالتالي تحديد مقدار الأموال التي يتوقع تخصيصا للاستثمار حجم العائد المتوقع.
- الحصول على المعلومات والبيانات الاستثمارية اللازمة مثل : عروض الأسعار وأدوات تقويم واختيار الأسهم والتقارير القطاعات المختلفة من أسواق وتوقعات الإيرادات.
- تحديد مقدار المخاطر التي يكون المستثمر على استعداد لتحملها، حتى يمكنه اختيار الاستثمار وأسلوب التحليل المناسب؛ وهناك نمطين من هما :
  - الاستثمار قصير الأجل؛
  - الاستثمار المتوسط الأجل؛
- اختيار الاستثمارات التي تتوافق مع أهداف المستثمر المالية ومستوى المخاطر التي يكون على استعداد لتحملها ونمط الاستثمار المرغوب فيه.
- اختيار وسيط مالي جيد عبر الانترنت يتوافق مع احتياجات المستثمر مع تجنب الوسطاء الذين يطلبون عملات عالية والاستعانة بمواقع و أندية الاستثمار والبرامج المتاحة عبر شبكة لتقليل عمولات الوسطاء.
- متابعة إدارة وتسيير المحفظة الاستثمارية وإعادة تقيمها بشكل منتظم من حين لآخر بغرض اتخاذ القرارات المناسبة لإجراء التغيرات اللازمة و بالاعتماد على المعلومات المتاحة عبر الانترنت .

وتجدر الإشارة إلى أن المواقع على الانترنت التي تقدم قواعد وبيانات أسعار السندات والأوراق المالية الأخرى وتسمى بـ **"وحدات خدمة عروض الأسعار"** وتقوم بتقديم هذه الخدمة إلى الملايين من المشتركين يوميا مقابل أسعار مباشرة من البورصة من أي موقع أخر تقدم العروض للأسعار[25]، وتطالب البورصة بأسعار باهظة لتلك البيانات الحديثة.

رغم كل ما يحققه الاستثمار عبر الانترنت من مزايا ، إلا أن هناك عدة مشاكل و لعل أهمها :

- يتطلب الاستثمار عبر الانترنت خبرة واسعة كبيرة من طرف الأفراد، رغم أن هناك بعض بيوت السمسرة توفر و تقدم الخدمة الاستشارية لكنها غير كافة؛

---

(24) - محمد صالح الحناوي، نهال فريدة مصطفى، جلال إبراهيم العبد ،مرجع سبق ذكره، ص 378.

(25) – نفس المرجع، ،ص378.

- قد يواجه المستثمر لبعض الأعطال الفنية في الاتصال بالشبكة خاصة مع تزايد الإقبال على مواقع السمسرة؛
- تعقد عمليات التداول في معظم الحالات؛
- زيادة حجم تكلفة الاستثمارات بطريقة غير مباشرة؛

- كما تتطلب المعاملات الالكترونية الخاصة بالاستثمارات إلى نظام دفع الكتروني مؤمن وفعال، وذلك باستخدام مختلف تقنيات التشفير والحماية[26]؛

---

[26] - دوج جير لاش، ، **الاستثمار عبر الانترنت**، مصر: دار الفاروق للنشر والتوزيع 2001، ص 278.

الخاتمــة

اعتبرت التجارة الالكترونية وسيلة حديثة للتعامل التجاري المحلي والدولي، استطاعت أن ترفع الحواجز التقليدية للتجارة، كما ساهمت في زيادة حجم التدفقات النقدية بشكل ملفت الاهتمام، فهذه التجارة مبنية على الفعالية والسرعة وتقوم على شبكة الانترنت في الغالب، وما يميز التجارة الالكترونية كونها مع صناعة المعلومات تشكل الاقتصاد الرقمي ، هذا الاقتصاد الذي يعتمد في هيكله على عدة هيئات ومنها الحكومات الالكترونية والمصارف الالكترونية والأسواق المالية الالكترونية والشركات الالكترونية.

إن ظهور شبكة الأنترنت وانتشار استعمالها في كل القطاعات أدى إلى توسع وارتفاع حجم التجارة الإلكترونية على الشبكة وأصبحت سمات يمكن من خلال الحكم عن دخول المؤسسة أو القطاع عالم التجارة الإلكترونية ، وهي أيضا - أي شبكة الانترنت - من بين الركائز الأساسية التي تقوم عليها الصيرفة الالكترونية و المصارف الإلكترونية وذلك بتقديم الخدمة المالية والمصرفية الإلكترونية في أي مكان وفي أي وقت .

المراجع المعتمدة:

- رأفت رضوان، **عالم التجارة الالكترونية**، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 1999.
- نعمان العياش ، **التجارة الكترونيا :أداة للمنافسة في الأسواق العالمية** ، صندوق النقد العربي ،القدرة التنافسية للاقتصاديات العربية في الأسواق العالمية ،سلسلة بحوث ومناقشات حلقات العمل ،العدد الخامس ،من 4 إلى 7 أكتوبر 1999، ابوظبي.
- مركز التجارة الدولية، **دليل دوائر الأعمال إلى النظام التجاري العالمي**، المملكة المتحدة: الطبعة الثانية1999.
- مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية ،**تقرير التجارة الالكترونية لعام 2004** ، استعراض عام : ،منشورات الأمم المتحدة ،نيويورك 2004،
- محمد صالح الحناوي، نهال فريدة مصطفى، جلال إبراهيم العبد، **الاستثمار في الأسهم والسندات**، الإسكندرية، 2004/2003.
- طارق عبد العال، **التجارة الالكترونية**، الإسكندرية، 2004/2003.
- عبد الملك ردمان الدناني، **الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت** ،بيروت:دار الراتب الجامعية، .2001,
- محمد فهمي طلبه، **الأنترنت طريقة المعلومات السريعة**،القاهرة: مطابع المكتب الحديثة 2000.
- الأمم المتحدة، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغرب آسيا ، بناء القدرات في تطبيقات مختارة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدى الأعضاء في الأسكوا، الجزء الأول، **الحكومة الالكترونية والتجارة الالكترونية** ، نيويورك 2000.
- دوج جير لاش، ، **الاستثمار عبر الانترنت**، مصر: دار الفاروق للنشر والتوزيع 2001.

-FRANCIS Merlin, **B2B stratégie de communication**, Paris, deuxième triage, éditions D'orgonisation 2001, .
-BAIRE Beeds et Jean-Christophe finidori**, Marketing direct sur Internet**, Paris, international Thomson publishing 2001. -JOE KRAYNAK ET HABRAKEN, **Internet bibliomax,** Paris1998, étions mac-pc

- .www.ar.wikipedia.org.
- يونس عرب، التجارة الالكترونية، الموقع:www.arablaw.org/download/e-commmers